

El videoclip: un formato presente en las cinemáticas de los videojuegos

The videoclip: a format present in the cinematics of video games

Erick Alfonso García Aranguren (Venezuela)
Instituto de Investigaciones de la Comunicación
Universidad Central de Venezuela
erickgarcia1779@gmail.com

© Publicación de conformidad con su autor. Esta cesión patrimonial comprende el derecho del Anuario ININCO para comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autora de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización del autor. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 extraordinario. 1o octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al archivo del Anuario ININCO-UCV.

El videoclip: un formato presente en las cinemáticas de los videojuegos

Erick Alfonso García Aranguren

Instituto de Investigaciones de la Comunicación

Universidad Central de Venezuela

<https://orcid.org/0000-0001-5044-6981>

Resumen:

Hoy en día el tema de la hibridación es una constante en los estudios que buscan descifrar los aspectos estilísticos de los medios de comunicación contemporáneos, por ello, el presente artículo tiene como finalidad describir la conexión existente entre dos importantes productos culturales: el videoclip y los videojuegos. Para tal fin, se han descrito, primeramente, los principales aspectos estético-narrativos de los videos musicales para luego –a través del método comparativo- poder descifrar cómo el estilo clip influye en los videojuegos, específicamente en sus cinemáticas o *cut-scenes*. Concluimos que los aspectos formales del clip: fragmentación, velocidad, caos, entre otros, no sólo influyen en los videojuegos y en sus cinemáticas en particular, sino que los mismos son fundamentales para la creación de un discurso más seductor.

Descriptor: cinemáticas, posmodernidad, videoclip, videojuegos.

Abstract:

Actually, the topic of hybridization is a constant in studies that seek to decipher the stylistic aspects of contemporary media, therefore, this article aims to describe the connection between two important cultural products: video clips and video games. To this end, the main aesthetic-narrative aspects of music videos have been described first and then - through the comparative method - to be able to decipher how the clip style influences video games, specifically in their kinematics or cut-scenes. We conclude that the formal aspects of clips: fragmentation, speed, chaos, among others, not only influence videogames and their kinematics in particular, but they are fundamental to the creation of a more seductive discourse.

Keywords: cinematic, postmodern, video clip, video games.

En la era del prosumidor la capacidad de fascinar se convierte, pues, en un reto, en un componente imprescindible de la competencia mediática.

Joan Ferrés i Prats (2014)

Introducción

Las audiencias contemporáneas parecen necesitar, cada vez con mayor frecuencia, estrategias estéticas y narrativas que transgredan las ya establecidas y logren por sobre todas las cosas seducirlas y emocionarlas y esto se ha venido intensificando, primordialmente, desde que la cultura del espectáculo tomó como estrategia aspectos estilísticos propios de la posmodernidad, tales como la fragmentación, el caos, la incertidumbre, la rapidez, lo efímero, la seducción, entre otras categorías y esto se puede evidenciar, sin ir más lejos, con el surgimiento de uno de los formatos audiovisuales más irreverentes del siglo pasado, el videoclip. Este formato, hijo del cine, las vanguardias artísticas, la música y la publicidad, no solo logró combinar de forma eficaz imagen y música para vender a un artista o una agrupación, sino que logró hacerlo de manera novedosa al idear nuevos aspectos visuales que cambiarían, en cierta forma, la manera de hacer y ver audiovisuales. Ya lo expresaban Lipovetsky y Serroy (2009), “libre de trabas narrativas, el videoclip se presenta como bombardeo sonoro y visual puro, deconstrucción llevada al extremo, sucesión de imágenes destellantes” (pp. 293-294), capaces de seducir, en mayor medida, a las audiencias juveniles.

Aunque al principio se le consideró un formato/género¹ netamente comercial, a partir de la segunda mitad de los años ochenta, fue ganando terreno al ser apreciado como una pieza audiovisual con particularidades propias, “un género que, a través del ingenio de sus creadores, se ha transformado en un fenómeno audiovisual donde convergen lo experimental y lo comercial” (García, 2017, p. 43) y que a su vez ha permitido que otros medios -como el propio cine, aun siendo su antecesor- se apropien de sus cualidades para renovar sus discursos. Es decir, el videoclip comenzó a ser apreciado como un formato con una estética propia, entendiendo estética como “el conjunto de rasgos formales aplicados a un mismo género y que le aportan una entidad única y reconocible” (Rodríguez-López y Aguaded, 2016, p. 51).

Aunque muchos son los autores que han hablado sobre la estética del videoclip (Fandos, Darley, Gubern, entre otros), consideramos que quien mejor describe este aspecto es Lipovetsky (2004, p. 240), quien

subraya los rasgos que construyen la estética clip, en relación también con los rasgos de la era posmoderna, de la siguiente forma: repetición, novedad dentro del cliché, rápido consumo y comprensión, rapidez visual, impacto, banda sonora utilizada como excusa, el cambio por el cambio y superficialidad (Lipovetsky parafraseado por Rodríguez-López y Aguaded, 2016, p. 53).

De este modo, podemos decir que el videoclip, a través de su ingeniosa estética, se ha convertido en uno de los principales inspiradores a la hora de crear audiovisuales novedosos y seductores. De allí que, creemos oportuno describir cómo sus principales características se encuentran presentes en otros formatos de la industria mediática, tomando para ello las cinemáticas (o *cut-scenes*) de algunos populares videojuegos, puesto que son piezas audiovisuales creativas, que proporcionan mayor información sobre la temática del juego y tienen la peculiaridad de hacer que el jugador descansa, pero sin dejar de ser emocionantes para que el mismo se mantenga atento a todo lo que sucede en la pantalla.

¹ “Aunque muchas veces los términos formato y género son utilizados indistintamente (cual similares) sabemos que ambos conceptos no son iguales. Cuando hablamos de género nos referimos a la temática tratada, mientras que el formato es la forma de organización y configuración de los contenidos. En el caso de los videoclips esta separación resulta difícil porque ellos mismos resultan ser un producto ambiguo. El videoclip, por ejemplo, puede ser un género publicitario, de entretenimiento, cuyo formato se puede ubicar en lo experimental, lo neobarroco u otro. Por ello simplemente lo llamamos videoclip” (García, 2017, p. 43).

Videoclip: un formato seductor

El videoclip, al ser un formato netamente posmoderno ha logrado calar satisfactoriamente en la audiencia y esto se debe, en gran medida, a que el mismo logra satisfacer las necesidades de los espectadores contemporáneos. El espectador, en la actualidad, parece no poder esperar, lo instantáneo y lo rápido se vuelven necesarios. Ya no se glorifican los metarrelatos, por el contrario, lo que realmente entusiasma son los relatos concretos.

El video musical se nos presenta como uno de los productos mediáticos más posmodernos, porque el mismo se nos exhibe como una obra despreocupada, híbrida, inmediata, fragmentada y seductora y estas características, presentes en él, son consecuencia directa de la “fragmentación del sujeto heredada del ideario posmoderno, en el que se vuelven preeminentes el eclecticismo, la heterogeneidad de los estilos en el seno de una misma obra, lo decorativo, lo metafórico, lo lúdico, lo vernacular, la memoria histórica” (Robledo y Cano, 2009, p. 173).

Al respecto, Sedeño (2006) afirma que “la variedad formal y narrativa que viene desarrollando [el videoclip] lo convierten en el mensaje o formato audiovisual más definidor de la cultura posmoderna” (p. 746). Lo que permite considerarlo un formato seductor, capaz de atraer a la audiencia a través del pastiche, el recargamiento visual, la fragmentación, la velocidad, la espectacularidad, entre otras categorías que hacen de este formato –al parecer– uno de los principales creadores de procedimientos creativos que han dado forma a los propios productos mediáticos contemporáneos.

A través de estas características se incide en la esencia posmoderna del videoclip como producto rompedor con las convenciones, fragmentario y fiel a la estética mosaico. El *collage* visual, basado en la sincronización musical, define un formato dirigido a los sentidos y a lo superficial, que se apoya en la velocidad y en el cambio para dificultar la recepción del mensaje a un nivel más profundo (Rodríguez-López y Aguaded, 2016, pp. 53-54).

Lo anterior nos permite afirmar que el videoclip, al igual que otros audiovisuales, posee sus propias cualidades, las cuales han sido resaltadas por diversos autores (Ana María Sedeño, E. Ann Kaplan, Jennifer Rodríguez-López, entre muchos otros) con la finalidad de poder diferenciarlo del resto de formatos y/o géneros. Aunque al principio sólo se le apreciaba como algo visual que se colocaba sobre una pieza musical, a lo largo del tiempo su definición se ha ampliado, hasta el punto de ser considerado un formato cargado de hibridación, un género que se encuentra entre lo poético y lo caótico.

En la producción de video-clips se revela una nueva estética visual, índice de la asunción de un espíritu epocal del caos (o, para decirlo con Lyotard, una estética que vive después de la caída de los metarrelatos modernos), por lo que debe apropiarse de la expresividad dada por la metamorfosis (Castro, 2001, s.p).

Por todo esto, creemos que el estilo clip se encuentra presente en las cinemáticas de los videojuegos, porque la estética propia de los videoclips posee estrategias que logran seducir, atraer y emocionar al espectador y, en este sentido, los *gamers* necesitan de dichas características para realmente poder sumergirse en lo que están jugando. “Para algunos, tanto los videoclips como el estilo videoclip que se ha impuesto en las comunicaciones audiovisuales son, a un tiempo, expresión y causa de la fragmentación del hombre contemporáneo” (Ferrés, 2000, p. 73).

Videoclip y videojuegos, una hibridación necesaria

Los videojuegos se han convertido en un espacio ideal para la experimentación y por ello el tema de la hibridación parece estar presente permanentemente en ellos. Los videojuegos se han visto influenciados por el cine, las vanguardias artísticas, la TV, la publicidad, los comics, entre otros tantos medios, géneros y formatos y esto es precisamente lo que ha permitido que los mismos tengan una gran riqueza estética y narrativa.

En el ámbito de la comunicación la convergencia y la hibridación son expresión de una voluntad de innovación, pero también de una voluntad de sinergias. La hibridación de géneros, por ejemplo, puede ser analizada como voluntad de ruptura de unos moldes expresivos rígidos, pero también como la oportunidad de beneficiarse de una multiplicidad diversificada de códigos y de sistemas de representación (Ferrés, 2014, p. 121).

La hibridación entre videoclip y videojuegos no es tema nuevo, de hecho, existen, por ejemplo, muchos videos musicales que han sido inspirados en la estética de los juegos de videos, pongamos por caso: *Californication* (2000) de la agrupación Red Hot Chili Peppers, *L8 CMMR* (2014) de la cantante Lily Allen, *Hyperballad* (1995) de la artista islandesa Björk, *False Alarm* (2016) de The Weeknd y *Speed Of Light* (2015), de la banda británica Iron Maiden, por citar sólo algunos. Pero también es cierto que esta transferencia se da en un camino de ida y vuelta y desde esta perspectiva, cuando la estética del videoclip es la que influye a los videojuegos, las *cut-scenes* suponen una de las muestras más notables en este sentido. Además, creemos que dicha hibridación se da –en un principio– con la finalidad de fortalecer el nivel de inmersión que el jugador debe tener frente al juego. Pues, los videojuegos (y sus cinemáticas en concreto) como los videoclips, a través de sus características estilísticas, ansían mantener al espectador sumergido en la pantalla.

Al respecto podemos decir que:

La estética propia de los videojuegos viene a saciar –en algunos casos–, el vacío de estimulación sensorial que tiene el consumidor audiovisual contemporáneo –tal como hacen otros formatos como el videoclip, el *spot* publicitario o el propio fenómeno del *zapping*–, debido a que los mismos juegan a favor de la sensorialidad. Es por ello que, aunque los videojuegos poseen diferentes características que contribuyen a que la experiencia de jugarlos sea realmente placentera, el aspecto estético es fundamental, ya que el desarrollo gráfico de éstos se ha convertido en una destacada motivación para el jugador (García, 2018, p. 103).

A saber, tal motivación se fortalece gracias a la relación que tienen los videojuegos con otros medios, tales como la televisión, el cine y los comics, puesto que esto ha permitido que sus características estético-narrativas se expandan, logrando con ello atraer un mayor número de seguidores. De allí que, suponemos que los aspectos estilístico-narrativos propios del videoclip también han sido fundamentales en el desarrollo de los videojuegos y de sus *cut-scenes*, porque la estética clipera² –en muchos casos– parece fortalecer los procesos de atracción e inmersión que tanto requieren los juegos de videos para complacer a sus jugadores.

Oscar Landi (1987), citado por Obiols y Di Segni (2008), expresa que las características técnicas y formarles más predominantes en el videoclip son el:

...'collage' electrónico (imágenes movidas de objetos movidos en varias capas espaciales); división, simultaneidad y fragmentación de la narración en planos y significados; secuencias en un tiempo no lineal; manipulación digital de los colores y formas; absoluta artificiosidad de la composición de la imagen; simulación de escenas; transformaciones geométricas libres; efectos gráficos; fusión, disolución y simultaneidad de imágenes; superposiciones; tomas desde ángulos extremos; iluminación desde atrás de la escena; montajes rápidos; utilización del dibujo animado, de imágenes computarizadas y de la danza (p. 56).

Y estas características han convertido al videoclip, según indica el propio Landi, en el lenguaje de finales del siglo XX y lo continúa siendo en la actualidad. Un lenguaje que posee una estética totalmente posmoderna.

Estas características del videoclip a las que se podría agregar la ausencia de palabras, se trasladan, en buena medida, al conjunto de la producción televisiva; así, la otrora inmóvil señal de cada canal se construye ahora con el mecanismo del "collage" electrónico que termina haciendo

² Es importante enfatizar que el término "clipero/a" no es utilizado de manera despectiva. Por el contrario, este término hace referencia a todo aquello que estéticamente posee características propias del videoclip. Es importante hacer esta aclaratoria puesto que, en algunos países, como México, palabras como "clipero", "ochentero" o "noventero" pueden ser utilizadas de forma peyorativa.

surgir de las profundidades de la pantalla el número que identifica a cada emisora; los montajes rápidos, las superposiciones, fusiones, disoluciones, etc. están a la orden del día en los programas para jóvenes, que se acostumbran rápidamente a las pautas de un lenguaje visual muy complejo y rápido y que se aburren frente a un paneo, una cámara fija o una comunicación con muchas palabras (Obiols y Di Segni, 2008, p. 56).

Sin embargo, las características posmodernas del videoclip no sólo influyen a la producción televisiva – como indica la cita anterior-, éstas también parecen trasladarse a otros espacios como los videojuegos – cuestión que ya hemos indicado- y esto ha de ser así porque los mismos, como forma de arte³, también han sido cautivados por los cambios estilísticos y artísticos propios de la posmodernidad.

Es innegable que los videojuegos, como los videos musicales son altamente consumidos por la audiencia - especialmente la juvenil- y esto resulta pertinente, porque allí radica en parte la respuesta a por qué estos medios tienden a complementarse. Es decir, “la intertextualidad garantiza la construcción del sentido basado en otros textos audiovisuales ya conocidos por el espectador, concediéndole a este un papel fundamental en la significación y resignificación de los contenidos” (Rodríguez-López, 2015, p. 130).

Esto ya lo visualizaba el semiólogo Calabrese (1994), teórico del neobarroco, a través de sus disertaciones, al dejar claro que en los medios contemporáneos difícilmente encontramos géneros “puros”, por ejemplo, para él “un spot publicitario a menudo es ya análogo a un videoclip” (p. 73). De allí que no es absurdo pensar que los videojuegos, en especial sus cinemáticas, se apropian de aspectos estilísticos propios de los videos musicales.

Aunque está claro que el videojuego es un medio único y que es digno de atención y de formas de teoría que puedan dirigirse específicamente a él, los elementos narrativos y las convenciones de otros medios no dejan de estar presentes en gran medida en numerosos juegos. (Wolf y Perron, 2005, p. 13).

Luego de lo hasta ahora planteado, es necesario comparar los aspectos estilísticos propios de los videoclips con algunas cinemáticas de populares videojuegos contemporáneos, escogiendo principalmente algunos títulos que pueden ser jugados en consolas como: PlayStation, Xbox, Nintendo, teléfonos móviles y/o tabletas. Para con ello, tratar de evidenciar el acercamiento que tienen las cinemáticas con la estética clipera. Asimismo, es importante destacar que vamos a trabajar con el método comparativo puesto que el mismo nos permite “confrontar dos o varias propiedades enunciadas en dos o más objetos” (Fideli, 1998 citado por Tonon, 2011, p. 2). Así pues, en los siguientes apartados nos dedicaremos a detallar lo anteriormente expuesto.

La imagen clip en las cinemáticas

Como hemos mencionado a lo largo del escrito, la imagen del videoclip está representada primordialmente por una estética posmoderna, en donde podemos observar una mezcla de elementos artísticos y discursivos provenientes en gran medida de otros medios. En este sentido, las vanguardias artísticas del siglo XX, han sido fundamentales en el desarrollo estético-narrativo de los videos musicales. En muchos clips podemos observar cómo se rescatan diversas vanguardias artísticas y cinematográficas: futurismo, surrealismo, expresionismo alemán, cine abstracto, minimalismo, entre muchas otras. Pongamos por caso el video *Otherside* (1999) de la agrupación Red Hot Chili Peppers, el cual está claramente inspirado en grandes piezas cinematográficas propias del Expresionismo Alemán. En este video, en concreto, predominan escenarios claramente artificiales y de formas angulosas, el ambiente es lúgubre y se le da mucha importancia al tema de las sombras, tal como sucede en las obras expresionistas *El Gabinte del Dr. Caligari* (1920) de Robert Wiene y *Nosferatu* (1922) de

³ Si tomamos en cuenta la definición que hace la Real Academia Española (2017) sobre arte: “Manifestación de la actividad humana mediante la cual se interpreta lo real o se plasma lo imaginado con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros”, podríamos fácilmente decir que los videojuegos son realmente piezas artísticas y aunque en un principio se les consideró sólo un medio de entretenimiento interactivo, ha sido tal su evolución estético-narrativa que muchos -en la actualidad- lo llaman el 10mo arte. Además, los videojuegos, al igual que otras expresiones artísticas como la pintura y la música, logran comunicar y hacen que el espectador experimente sentimientos, aspectos fundamentales en todo arte. Sin embargo, es importante aclarar que este sigue siendo un tema para el debate.

Friedrich Murnau. Esta utilización y rescate de las vanguardias artísticas también se hace presente en diversos videojuegos -y en sus cinemáticas- y esto lo podemos evidenciar en muchos títulos. Por ejemplo, el famosísimo videojuego *Super Mario Bros*, en cualquiera de sus versiones, nos presenta una historia inspirada en la vanguardia surrealista:

Un fontanero italiano es capaz de pelear con tortugas voladoras, plantas lanza llamas, dinosaurios y dragones, con el fin de encontrar a su amada princesa. Además, muy al estilo del popular cuento *Alicia en el País de las Maravillas* –escrita en 1865 por Lewis Carroll–, Mario puede crecer o ganar vidas comiendo hongos que consigue golpeando algunos ladrillos. Todo esto convierte a *Super Mario Bros* en un videojuego placentero que se ha convertido en una oda a la imaginación (García, 2018, p. 108).

Para algunos autores esta característica, de rescatar y combinar viejos y nuevos discursos, es conocida como “pastiche” y es una categoría clave en la estética posmoderna de los videoclips. “El concepto de pastiche hace referencia al resultado de combinar elementos diversos ya existentes y cuyo resultado se ofrece como original” (Rodríguez-López, 2016, p. 17). Asimismo, esta capacidad de mezclar que tiene el videoclip lo acerca a otros medios, como el cine y los comics y esto también es una constante en los videojuegos, es decir el collage audiovisual en diversos juegos de videos pasa por apropiarse de varios discursos. Así, podemos encontrar juegos que integran características estéticas y narrativas de los comics, sin que estos se basen necesariamente en una historieta anteriormente conocida. Un ejemplo de ello es el videojuego *Cuphead*, desarrollado por el equipo canadiense de Studio MDHR y lanzado al mercado en el 2017.

Las cinemáticas de este juego -y el juego en sí mismo- nos permiten recordar los dibujos animados de los años ‘30, mucho de lo expuesto parece imitar la estética rotoscópica de los primeros cortometrajes de Disney o aquellas viejas historias de *Betty Boop* (de Fleischer Estudios). Además, podemos observar un trabajo estético muy bien cuidado, tanto así que los efectos visuales utilizados permiten que el jugador se sienta inmerso en una película antigua. Este videojuego comienza con una introducción muy sencilla que nos muestra a sus dos protagonistas (Cuphead y Mugman) bailando rítmicamente mientras suena una pieza que recrea a la perfección los temas que se utilizaban en aquellos viejos cortos animados. Las cinemáticas en el juego tienden a ser poco dinámicas, puesto que las mismas, en la mayoría de los casos, son imágenes fijas con globos de textos que cambian, pero logran ser entretenidas porque aportan información importante sobre la historia del juego y porque al ser estéticamente muy parecidas al juego en sí, se mimetizan con éste y no se aprecian como elementos diferenciados.



Imagen 1. A la izquierda vemos un fragmento del corto animado *The Haunted House* (1929) de Mickey Mouse y a la derecha un screenshot del videojuego *Cuphead* (2017). Al observar ambas imágenes podemos evidenciar la similitud estética que existe entre el videojuego y el corto de Disney (capturas de pantalla).

Aunque en el caso particular de *Cupheads* sus cinemáticas son poco dinámicas, no todas las *cut-scenes* de los videojuegos son parsimoniosas, por el contrario, muchas son muy ágiles y rápidas, lo cual resulta importante, porque otra característica estilística de los videoclips es precisamente su fascinación por la

velocidad, la fragmentación y el caos, aspectos fundamentales de lo que Gilles Lipovetsky denominó, en su libro *El Imperio de los Efímero* (1990), “la cultura express”.

La cultura express en las cinemáticas

La posmodernidad se ha caracterizado por la inmediatez y ésta, en el aspecto audiovisual, se presenta a través de discursos rápidos, caóticos y fragmentados. Mientras el discurso audiovisual clásico desarrolla narrativas lineales y ordenadas, el discurso posmoderno no se preocupa por el desorden visual, caracterizado principalmente por un bombardeo de imágenes aparentemente sin sentido y esto se evidencia en una gran cantidad de videoclips.

El videoclip musical no hace sino encarnar el punto extremo de esa cultura express. No se trata de evocar un universo irreal o de ilustrar un texto musical, se trata de sobreexcitar el desfile de imágenes y cambiar por cambiar, cada vez más rápido y cada vez con más imprevisibilidad y combinaciones arbitrarias y extravagantes: Nos hallamos ante los índices del I.P.M. (ideas por minutos) y ante la seducción-segundo (Lipovetsky, 1990, p. 240).

En el caso particular de los videojuegos, esta estrategia discursiva también es muy utilizada, sobre todo en los juegos de acción, lucha y deporte. Una muestra de ello lo podemos apreciar en la *intro* cinemática del famoso videojuego *Street Fighter V* (Capcom, 2016). En la misma, se nos muestra -en no más de cuatro minutos- a varios de los personajes de dicha franquicia, mientras realizan algunos de sus movimientos de pelea al ritmo de la pieza musical de fondo. Acá los cambios de planos están determinados por el ritmo de la música y no parece haber ningún corte a lo largo del video, lo que permite dar la sensación de un flujo continuo, asimismo, la velocidad de la acción juega con el aceleramiento y ralentización. En este caso podemos hablar de una narración intrépida, la cual se destaca a través del uso predominante de primeros planos, diversas angulaciones y muchos movimientos de cámara.



Imagen 2. En la *intro* cinemática del popular juego *Street Fighter V* (2016), se utilizan una gran variedad de planos, angulaciones y movimientos de cámara audaces, para con ello tratar de sumergir al usuario en una montaña rusa de emociones (capturas de pantalla).

En esta cinemática, al igual que en muchos videoclips, resalta la idea de que los productos culturales posmodernos se destacan por presentar “nada de lentitud ni tiempo muerto; en la pantalla electrónica siempre debe estar ocurriendo algo, efectos visuales al máximo, hostigamiento de la vista y el oído, multitud de sucesos y escasa interioridad” (Lipovetsky, 1990, p. 240).

Otra cinemática con características similares es la que nos presenta el juego *Persona 5* (Atlus, 2017). A través de una estética minimalista, donde el uso de líneas y formas en movimiento y poco uso del color son sus principales rasgos, la introducción nos presenta a los personajes del juego y los créditos de sus creadores. Al igual que el videojuego anterior, predominan los primeros planos y un montaje continuo, pero –sobre todo– destaca su rítmica y velocidad. Como indica Gómez-Alonso (2001), “la velocidad actúa como una técnica visual creadora de impacto” (Gómez-Alonso, 2001, p. 90 citado por Rodríguez-López, 2016, p. 21). Todas las imágenes presentadas están supeditadas al ritmo de la pieza musical. Nos encontramos frente a una

cinemática basada en la fragmentación, donde hay una ruptura total del tiempo lineal a través de la muestra de acciones que se presentan de manera simultánea. “Se superpone, entonces, el fragmento al todo, la intermitencia a la linealidad, lo múltiple a lo compacto, la aceleración a la lentitud, lo expandido a lo condensado, el story sobre la history” (Salabert, 2000, p. 18).

Como podemos apreciar, esta dinámica narrativa es propia de la naturaleza de los videoclips, en el sentido que podemos fácilmente pasar del color al blanco y negro, de lo fijo a lo móvil, del cantante (o protagonista) a la puesta en escena, del sueño a la realidad (Durá, 1998), a través de un montaje que más que narrar una historia “se construye como un mecanismo más, generador de velocidad, sorpresa e impacto y, en definitiva, de seducción” (Rodríguez-López, 2016: 23), sin que esto suponga que los clips *per se* no puedan contar una historia. De hecho, muchos videoclips presentan historias, cuya estructura incluye planteamiento, nudo y desenlace (cual narrativa aristotélica), como ejemplo de ello podemos nombrar el video musical *Jeremy* (1991), de la agrupación Pearl Jam. Este clip nos narra la historia de un joven que se encuentra muy frustrado y al percatarse que ni sus padres ni la sociedad lo toman en cuenta decide suicidarse en frente de sus compañeros de clases. Como podemos apreciar, se nos narra una historia, cargada de una gran crítica social, cuya trama tiene un inicio y un final, sin que esto signifique que el mismo pierda sus características cliperas. Pues, como indica Jennifer Rodríguez-López (2016), el montaje en el videoclip se da más como una técnica sugestiva que como un recurso meramente narrativo.

La espectacularidad del clip en las cinemáticas

Como hemos venido afirmando, muchos autores defienden la tesis de que el videoclip se ha convertido en uno de los principales referentes a la hora de hablar de cambios estéticos en la industria audiovisual, pues su capacidad de ir promocionando artistas musicales frecuentemente le ha permitido adentrarse en todo un universo de creatividad y renovación. De allí que se le considere un producto eficaz dentro de la industria del espectáculo, capaz de atraer a una gran cantidad de espectadores. Evidentemente, lo espectacular seduce y esto –en efecto– es de suma importancia, también, para la industria de los videojuegos porque éstos además de seducir deben procurar la inmersión total del espectador ante lo que se le está presentado.

“La seducción en el video musical se articula a través tanto de imágenes bellas como de otros mecanismos basados en la provocación. Se apela a la política, al sexo, la religión, la violencia o lo grotesco” (Rodríguez-López, 2016, p. 26). Esto también se hace evidente en los videojuegos, puesto que son muchos los títulos que apelan a la provocación y a través de esta estrategia logran atrapar a su audiencia. Un claro ejemplo de lo planteado se presenta con el videojuego *Agony* (Madmind Studio, 2018), un juego altamente tenebroso, violento y grotesco, que busca seducir a su público justamente a través de estas particularidades.



Imagen 3. Capturas de pantalla del lúgubre videojuego *Agony* (2018).

En su cinemática de apertura, podemos escuchar una voz gutural que nos va narrando lo que está ocurriendo y una música disonante y tenebrosa capaz de erizar la piel de quien la escucha, mientras las imágenes nos muestran –en cámara subjetiva– a una persona que va cayendo por un espantoso túnel hacia el inframundo. La voz parece ser la del sujeto que cae y mientras sigue narrando observamos seres demoniacos

y un ambiente rocoso envuelto en lava y fuego. En las siguientes cinemáticas se intensifica el tema de la monstruosidad, al presentarnos seres cada vez más deformados y siniestros, logrando con ello acercar al espectador a un mundo realmente perturbador, pero que no deja de ser fascinante. Además, por si fuera poco, algunas cinemáticas presentan sórdidas escenas sexuales, porque así como “la incitación sexual supone un potente recurso visual para el vídeo musical” (Rodríguez-López, 2016, p. 26) también lo supone para algunos videojuegos. Al parecer, la exhibición de la sexualidad y la estética de lo grotesco son estrategias verdaderamente seductoras, por ejemplo, en el caso de los videos musicales

Son numerosos los clips que acuden a la exhibición explícitas de desnudos y actitudes sexuales, siendo claro ejemplos “Dirrty” (2002) de Christina Aguilera (con David LaChapelle como director) y “All the Things She Said” (2002) de t.A.T.u y dirigido por Ivan Shapovalov. En el lado de la estética de lo grotesco destacan los videos musicales de Marilyn Manson, tomando como evidencia el clip para la canción “The Beautiful People” (1996) dirigido por Floria Sigismondi, en el que aparecen maniqués, insectos y un ambiente oscuro y enfermizo (*ibidem*, pp. 26-27).

De igual forma, como expresamos en apartados anteriores, los videoclips también seducen a través del uso creativo de aspectos como la composición, el plano, la iluminación, el color y el montaje. Por consiguiente, describiremos brevemente cómo estos elementos son utilizados en los videos musicales y cómo los videojuegos –en sus cinemáticas- se apropian de estos mecanismos de seducción.

La composición estilo clip

La composición se aprecia a través de los elementos que se encuentran dentro del encuadre y en casi todos los audiovisuales, la misma tiene como objetivo establecer el peso visual de la escena y esto “se constituye a partir de la interrelación y la posición que ofrece un elemento respecto al resto de los elementos que configuran la escena compositiva” (Gómez, 2001, p. 129). En el caso particular de los videoclips la composición no siempre busca el equilibrio visual de sus elementos, ni busca conseguir un solo centro de interés, por el contrario, busca que sean múltiples, cambiantes y en continua evolución (Sedeño, 2003). Este tipo de composición lo podemos evidenciar, por ejemplo, en el video *Losing My Religion* (1991) de la agrupación R.E.M., en el mismo podemos observar que las personas y algunos objetos de utilería se ubican simultáneamente en varios puntos de atención dentro del encuadre, los cuales cambian entre corte y corte, logrando que el espectador se mantenga inmerso en la pantalla.

En el clip las imágenes sólo son válidas en el momento; sólo cuentan el estímulo y la sorpresa que provocan, no hay más que una acumulación disparatada y precipitada de impactos sensoriales que dan lugar a un surrealismo *in* en technicolor (Lipovetsky, 1990, p. 240).

Los videojuegos también utilizan esta estrategia, para con ello tratar de mantener al jugador lo más atento posible a todo lo que ocurre en el juego y algunas *cut-scenes* –como parte importante de ellos- así lo demuestran. Para ejemplificar podemos tomar el *intro* cinemático de *Sonic & All-Stars Racing Transformed* (Sumo Digital, 2012). Al ser un *kart racing video game*, en el encuadre se le da preponderancia a los automóviles, por ello esta cinemática comienza con varios planos detalles de algunos de los autos, destacando siempre al personaje principal, Sonic, para luego dar paso a un plano general de la pista y sus corredores. Mientras observamos los autos correr velozmente por la pista, el plano se vuelve a cerrar hasta destacar separadamente a algunos de los personajes y esto ocurre repetidamente a lo largo de la acción. En otras palabras, podemos decir que dicha cinemática se destaca por presentar una composición dinámica con cambios muy acentuados, donde los elementos presentes en el encuadre están en constante movimiento y los planos utilizados también tienden a ser cambiantes (rápidamente podemos pasar de un plano general a un plano detalle y viceversa), lo cual fortalece el dinamismo de la escena. Además, se recurre, con mucha frecuencia, al uso del plano aberrante u holandés, destacando así una composición desequilibrada que, al mezclarse con diversas angulaciones y muchos movimientos de cámara, otorgan originalidad y energía. En resumen, esta cinemática no sólo muestra una composición muy clipera, también destaca la importancia de trabajar los planos al estilo de los videoclips como mecanismo de seducción.



Imagen 4. La cinemática de *Sonic & All-Stars Racing Transformed* (2012), busca resaltar a los personajes a través del uso de planos creativos, tal y como sucede en un videoclip en donde la presencia del cantante es primordial (capturas de pantalla).

El plano estilo clip

En vista de que la mayoría de los videoclips están cargados de muchos cambios visuales –caos y fragmentación– no es sencillo determinar qué planos son utilizados en ellos. Aunque podríamos decir que existe una inclinación por el uso de primeros planos o planos medios. Es más, los cambios de planos están mayormente determinados por el ritmo de la música; es decir, si la pieza musical es rápida se utilizarán técnicas que denoten brusquedad e inmediatez, mientras que si la música es lenta tendremos cambios visuales que nos brinden una sensación de suavidad. Para ser más claros, podemos decir que la rapidez se puede lograr a través del uso de transiciones visuales de corte seco, las cuales se dan de manera violenta, dejando cada imagen solo el tiempo necesario, mientras que una sensación de suavidad se puede generar utilizando transiciones por fundido y encadenado, sin que esto implique, necesariamente, una elipsis temporal, como ocurre en la narrativa cinematográfica clásica.

Conjuntamente, en los videoclips podemos encontrar con mayor frecuencia, en comparación con otros formatos audiovisuales, el uso de movimientos irregulares, dando una mayor sensación de agitación, así como la mezcla de movimientos con *dolly*, *travel*, *tilt*, *paneo*, barridos, *zoom*, mezclados a su vez con diversas angulaciones de cámara (cenital, picado, contrapicado y nadir). En resumen, “la rapidez extrema de planos que llegan en cascada, la búsqueda constante de ritmo, el montaje crispado que empuja los planos, todo se utiliza para sacudir aprisa y fuerte” (Lipovetsky y Serroy, 2009, p. 255) y seducir rápidamente.

Estas características estilísticas también se encuentran presentes en diversas cinemáticas de los videojuegos, de hecho, muchas de las *cut-scenes* hasta ahora nombradas utilizan y combinan los planos al mejor estilo de los videoclips. Valga como ejemplo, nuevamente, la *intro* de *Sonic & All-Stars Racing Transformed*, descrita anteriormente, o la cinemática de *Super Mario Odyssey* (Nintendo Entertainment, 2017). En esta última –la cual dura un poco más de un minuto– Mario se encuentra luchando contra su mayor enemigo, Bowser, para tratar de rescatar a la princesa Peach y la acción es mostrada a través de un excesivo uso de primeros planos de los personajes (de sus rostros y puños, principalmente) y rápidos movimientos de cámara que van de los personajes al escenario donde ocurre la pelea (una especie de barco flotante), aportando a la acción cierta sensación de inestabilidad, pero una inestabilidad dinámica y seductora, que permite –en definitiva– que el jugador se mantenga atento a la historia.

La iluminación y el color estilo clip

La iluminación empleada en la filmación o grabación de un audiovisual puede ser tanto natural (es decir que proviene de fuentes naturales no manipuladas) como artificial. Se utiliza primordialmente con la finalidad de dar mayor expresividad a la imagen, puesto que con ella se pueden crear diversos significados.

En el caso particular de los videoclips el uso de la iluminación es sumamente importante, primero porque ayuda a crear una imagen mucho más atractiva, ya que con ella se pueden potenciar los colores y resaltar unos

tonos sobre otros y segundo, porque con la iluminación se pueden generar diversas texturas que ayudan -en muchos casos- a dar movilidad y ritmo a la imagen. Por ello, a diferencia de otros audiovisuales, en el video musical pocas veces es utilizada la iluminación natural, puesto que para lograr los efectos requeridos por el realizador la misma debe ser manipulada (Sedeño, 2003).

En el caso particular de los videojuegos, al ser obras creadas digitalmente, la iluminación es obligatoriamente artificial, pero esto permite que sus diseñadores logren crear colores y texturas realmente creativas. Como ejemplo podemos hablar de la cinemática de apertura del popular juego de pelea *Mortal Kombat X* (NetherRealm Studios, 2015), esta escena nos narra brevemente la historia de cómo inició el “*Mortal Kombat*”. A medida que una voz en *off* va contando los hechos, las imágenes nos introducen al interior de una sombría caverna en donde se encuentran algunas esculturas de los diferentes luchadores. Aunque la historia por si misma resulta interesante, un aspecto que fortalece la propia narrativa es la forma en cómo los diseñadores o artistas trabajaron el tema de la iluminación. Si bien al principio la caverna se ve poco iluminada (aportando cierta tenebrosidad) poco a poco se va alumbrando con una luz rojiza y amarillenta (proveniente de algunas antorchas) que se mezcla con una sutil luz azul que cae sobre las esculturas de los luchadores. Esto resulta interesante, porque al combinar una iluminación cálida con una fría se potencian los colores y se le otorga cierto aspecto poético a la escena. Además, la iluminación creada por la luz de las antorchas crea diversas sombras que se mueven sutilmente, concediendo cierta característica expresionista al video.



Imagen 5. La iluminación es un factor primordial en la cut-scenes de *Mortal Kombat X* (2015). Con ella se logra crear la atmósfera de misterio que requiere el videojuego (capturas de pantalla).

Por otra parte, así como la iluminación -en la mayoría de los videoclips- tiende a ser utilizada de forma creativa, los colores también juegan un papel fundamental en la composición de los videos musicales. En ellos, es recurrente observar que el color, la monocromía y el blanco y negro son utilizados indistintamente, sólo con la intencionalidad de captar la atención del espectador. También, en muchos casos, “se suele modificar los parámetros cromáticos para conseguir tonalidades irreales, contrastes fuertes y una brillante saturación de colores” (Sedeño, 2003, s.p).

El uso del color, la monocromía o el blanco y negro dentro de la imagen de un videoclip también se utiliza con una intencionalidad narrativa, creando espacios abstractos, expresando sentimientos, estableciendo varios niveles diegéticos o resaltando la importancia de algún elemento. El polémico video *Justify My Love* de Madonna (dirigido por Jean-Baptiste Mondin en 1991), por ejemplo, fue grabado totalmente en un seductor blanco y negro y logró cautivar a su público al imitar la estética de películas como *Portero de Noche* de Liliana Cavani (1974).

De igual forma, podemos encontrar videojuegos que seducen sólo con la utilización del blanco y negro, por ejemplo, *Limbo* (Playdead, 2010) y *White Night* (Osome Studios, 2015) los cuales tratan de imitar la estética propia del Expresionismo Alemán. Este último -*White Night*- nos muestra una cinemática desarrollada totalmente en blanco y negro -como todo el resto del juego- y la misma nos traslada a los años '30, en donde un hombre herido, luego de haber tenido un accidente automovilístico, debe refugiarse en una tenebrosa mansión y ya adentro comienza a descubrir que en ese lugar se esconden macabras historias. “Al igual que las

películas expresionistas, en *White Night* las sombras [formadas por una escasa iluminación] son fundamentales no sólo porque otorgan cierta tenebrosidad al ambiente sino porque, además, son necesarias en la dinámica del propio juego” (García, 2018, p. 112).

Aunque el uso del color en los videojuegos puede cumplir diferentes roles, es importante destacar que su principal objetivo –al igual que en los videoclips– es atraer e impactar al espectador. Para ejemplificar, podemos nuevamente mencionar la escena de apertura de *Persona 5* (Atlus, 2017), una cinemática creada esencialmente con tres colores. En esta *cut-scene* sus creadores, los artistas Mayoshi Suto y Shigenori Soejima, se arriesgaron con un diseño poco convencional e impactante, que presenta al usuario, con rápidos y violentos movimientos de cámara-, a los principales personajes del juego, representados en blanco y negro sobre un entorno donde sobresale el color rojo. De hecho, la psicología del color juega un papel fundamental, puesto que el color rojo (el color dominante a lo largo del juego) al tener un significado ambiguo, puesto que puede relacionarse tanto con la violencia como con el amor, resulta eficaz para tratar los temas centrales del mismo: el acoso sexual y el abuso de poder, pero sin perder de vista que el amor, la amistad y la felicidad son fundamentales para superar todo mal.



Imagen 6. El color rojo es fundamental en la estética de *Persona 5* (2017) (capturas de pantalla).

El montaje estilo clip

Entendemos como montaje la integración de diversos elementos que nos permiten ordenar o fragmentar el discurso audiovisual. En el caso particular de los videoclips, el montaje está (en la mayoría de los casos) supeditado a la pieza musical, pues es la canción quién determina su duración y el ritmo que el mismo debe tener. Son muy pocos los casos en que un videoclip no dura lo mismo que la música, entre los ejemplos más resaltantes encontramos *Thriller* (1983) de Michael Jackson, el cual dura casi 14 minutos, mientras que el tema en sí dura menos de 6 minutos.

A través del montaje, los videoclips logran desarrollar aspectos narrativos y estilísticos muy propios, es decir, al combinar de manera creativa y no convencional la imagen audiovisual con la música, éste logra alejarse de la narrativa dominante en el discurso audiovisual. Por ejemplo, en los videoclips muy pocas veces encontramos un discurso lineal, al contrario de otros audiovisuales (como el cine clásico) que construyen sus narrativas a través de la articulación de escenas que van creando secuencias cuya lógica narrativa es clara y evidente. Por el contrario, en los videoclips el montaje se caracteriza más por ser, en la mayoría de los casos, un “bombardeo sonoro y visual, mosaico de imágenes-flash, deconstrucción del orden clásico” (Lipovetsky y Serroy, 2015, p. 247).

Un ejemplo de esto lo podemos apreciar en la cinemática del videojuego *Rock Band* (Harmonix, 2007). Al ser un videojuego cuya esencia es la música, puesto que su objetivo consiste en que el jugador imite –con instrumentos ficticios, creados para tal fin– algunos famosos temas de *Rock*, su acercamiento con el videoclip es bastante notable. Su *opening* posee un montaje al estilo más puro de los videoclips, es decir, muchos cortes, predominio de primeros planos, diversos movimientos de cámara y –por supuesto– un ritmo supeditado a la música. En esta ocasión, vemos a cuatro jóvenes (tres chicos y una chica) en un auto que avanza a gran

velocidad por una carretera solitaria, de pronto, uno a uno, comienzan a salir de éste y se suben al techo – mientras siguen avanzando- y comienzan a versionar el tema *Highway Star* de la famosa agrupación Deep Purple, pero el auto colisiona y la banda salta por los aires para caer, ahora, sobre un camión y seguir tocando. Toda la cinemática, al parecer, busca ofrecerle al jugador una experiencia cargada de adrenalina y emoción y dicha sensación logra ser transmitida al usuario gracias al uso de un montaje *clipero*. Un montaje que busca seducirnos con constantes cortes secos, que permiten que el ritmo del video se sienta tan acelerado como la velocidad misma del auto, mezclados con inesperados movimientos de cámara que transgreden toda lógica, aportando, en definitiva, fragmentación y mucho caos a la escena.

A modo de cierre

En síntesis, podemos decir que el videoclip, a través de sus características posmodernas, ha superado el fin para el cual fue creado, ser una mera pieza audiovisual de promoción de la industria musical, para convertirse en una pieza audiovisual vanguardista, única, ecléctica, creativa y experimental, capaz de influir en otros medios. Lo cual resulta significativo, porque esto evidencia la importancia que tiene dicho formato dentro de la industria del espectáculo. Su discurso fragmentario, caótico, repetitivo, veloz, mutable, seductor, ha sido tema de inspiración para creadores audiovisuales, quienes han visto en el mismo una adecuada estrategia para desarrollar nuevos discursos que realmente capten la atención del espectador contemporáneo.

Hoy en día, cuando el tema de la hibridación es primordial, sobre todo en el ámbito académico, se hace evidente la necesidad de seguir desarrollando trabajos que traten de descifrar las conexiones que existen entre distintos medios. En el caso particular de este artículo, hemos querido dejar un tímido aporte al describir cómo ha sido el acercamiento que ha tenido el videoclip con el mundo de los videojuegos, tomando como base algunas cinemáticas, para con ello tratar de demostrar que la fusión entre ellos refuerza las características artísticas, estilísticas y narrativas de los videojuegos, en particular de sus *cut-scenes*.

Adicionalmente, la búsqueda de mayores beneficios económicos por parte de la industria del videojuego y el interés personal de sus creadores, han permitido que los juegos de videos se conviertan en espacios ideales para la experimentación de nuevas formas expresivas y los videoclips, al parecer, han sido clave para tal fin. Como hemos tratado de demostrar a lo largo del escrito con algunos ejemplos, las características del videoclip pueden ser reflejadas en las *cut-scenes*, logrando con ello que su discurso se vuelva mucho más seductor y atractivo para el usuario. Aunque el estudio trata de demostrarlo modestamente, consideramos que esta interacción, que en muchos casos se da de manera bidireccional, permite la renovación de los discursos, los cuales luchan, además, por mantenerse presentes y vigentes en las nuevas plataformas digitales. Por ello, creemos necesario seguir profundizando sobre el tema y adentrarnos en el cambiante mundo estético-narrativo de estos dos poderosos formatos propios de la industria del espectáculo; puesto que estos cambios, dados por la hibridación mediática, también implican importantes cambios culturales.

Referencias

CALABRESE, Omar

1994 *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra.

CASTRO, Holanda

2001 “El discurso caótico de los video-clips” Ponencia presentada en el 16 Congreso Internacional sobre Expresión y Representación de Parodia e Imitación en Literatura, Arte y Cine. Atlanta: University of West Georgia.

DURÁ, Raúl

1998 *Los videos clips: precedentes, orígenes y características*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.

FERRÉS, Joan

2000 *Educación en una cultura del espectáculo*. Barcelona: Ediciones Paidós.

2014 *Las pantallas y el cerebro emocional*. Barcelona: Gedisa Editorial.

GARCÍA, Erick

2017 "Hacia una estética seductora: Influencia del videoclip en el cine latinoamericano contemporáneo (Estudio de tres casos: *Amores Perros*, *Ciudad de Dios* y *Secuestro Express*)", en *Montajes*, N° 5: 42-59, ISSN: 2594-0929. <https://goo.gl/3z1UUd>

2018 "Vanguardias artísticas y videojuegos: retomar el pasado para el mercado futuro". *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, N° 75: 99-116. ISSN: 1668-0227. <https://goo.gl/wu6fc9>

GÓMEZ, Rafael

2001 *Análisis de la imagen. Estética audiovisual*. Madrid: Ediciones del Laberinto.

LIPOVETSKY, Gilles

1990 *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.

LIPOVETSKY, Gilles y SERROY, Jean

2009 *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Editorial Anagrama.

2015 *La estetización de mundo. Vivir en la época del capitalismo tardío*. Barcelona: Anagrama.

OBIOLS, Guillermo y DI SEGNI, Silvia

2008 *Adolescencia, postmodernidad y escuela*. Argentina: Ediciones Novedades Educativas (Noveduc).

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA

2017 *Diccionario de la lengua española* (23.1 ed.). <https://bit.ly/30cyExc>

ROBLEDO, Héctor y CANO, Lirba

2009 "Narrativas de la posmodernidad. Del sentimiento como forma a la imagen melodramática", *Athenea Digital*, N° 15: 169-179. ISSN: 1578-8946. <https://goo.gl/eVzCY7>

RODRÍGUEZ-LÓPEZ, Jennifer

2015 "Videojuegos y video musical: Intertextualidad, interactividad y alfabetización mediática". *Temas de Comunicación [Revista Electrónica]*, N° 30: 124-149. ISSN: 2443-4302. <https://goo.gl/f36kHV>

2016 "El vídeo musical como formato postmoderno: La ruptura de los códigos audiovisuales a través del clip". *Doxa Comunicación*, N° 22: 13-30. ISSN: 1696-019X. <https://goo.gl/Dv3rLX>

RODRÍGUEZ-LÓPEZ, Jennifer y AGUADED, Ignacio

2016 "Estilo y estética en el video musical. Creando una tipología clip". *Telos*, N° 103: 50-58. ISSN: 0213-084X. <https://goo.gl/2jcBDn>

SALABERT, Pere

2000 *Estética del todo o teoría de lo "light"*. Valencia: Episteme.

SEDEÑO, Ana María

2003 *Lenguaje del videoclip*. España: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga.

2006 "Aportaciones del videoclip musical a la carrera artística de una megastar del rock: el caso de David Bowie". *Boletín de Arte*, N° 26-27: 745-757. ISSN: 0211-8483. <https://goo.gl/NPt2LL>

TONON, Graciela

2011 "La utilización del método comparativo en estudios cualitativos en ciencia política y ciencias sociales: diseño y desarrollo de una tesis doctoral". *Kairos*, N° 27: 1-12, ISSN 1514-9331. <https://goo.gl/84TAuS>

WOLF, Mark y PERRON, Bernard

2005 "Introducción a la teoría del videojuego". *Formats*, N° 4. ISSN-e 2385-3697. <https://goo.gl/Npq1BR>

Referencias Audiovisuales

Videjuegos

Agony (mayo de 2018). Madmind Studio

Cuphead (septiembre de 2017). Studio MDHR

Limbo (julio de 2010). Playdead

Mortal Kombat X (abril de 2015). NetherRealm Studios

Persona 5 (septiembre de 2016). Atlus

Rock Band (2007). Harmonix

Sonic & All-Stars Racing Transformed (noviembre de 2012). Sumo Digital y Sega

Street Fighter V (febrero de 2016). Capcom and Dimps

Super Mario Odyssey (octubre de 2017). Nintendo Entertainment Planning & Development

White Night (2015). Osome Studios

Videos musicales y cortometrajes

Björk (1 de julio de 2007). *Hyperballad*. https://www.youtube.com/watch?v=6CSiU0j_lFA

Iron Maiden (14 de agosto de 2015). *Speed Of Light*. <https://www.youtube.com/watch?v=-F7A24f6gNc>

Laser Time (29 de octubre de 2015). *Mickey Mouse The Haunted House*. <https://www.youtube.com/watch?v=3hoThry5WsY>

Lily Allen (17 de febrero de 2014). *L8 CMMR*. <https://www.youtube.com/watch?v=ii3XMEVUhhM>

Madonna (26 de octubre de 2009). *Justify My Love*. https://www.youtube.com/watch?v=Np_Y740aReI

Michael Jackson (2 de octubre de 2009). *Thriller*. <https://www.youtube.com/watch?v=sOnqjkJTMaA>

Pearl Jam (25 de octubre de 2009). *Jeremy*. <https://www.youtube.com/watch?v=MS91knuzoOA>

R.E.M. (1 de julio de 2011). *Losing My Religion*. <https://www.youtube.com/watch?v=xwtdhWltSig>

Red Hot Chili Peppers (15 de julio de 2011). *Otherside*. https://www.youtube.com/watch?v=rn_YodijO6k

Red Hot Chili Peppers (26 de octubre de 2009). *Californication*. <https://www.youtube.com/watch?v=YIUKcNNmywk>

The Weeknd (13 de octubre de 2016). *False Alarm*. <https://www.youtube.com/watch?v=CW5oGRx9CLM>

Cintas Cinematográficas

Dieckmann, Enrico; Grau, Albin (productores) y Murnau, Friedrich (director). (1922). *Nosferatu. Una Sinfonía de Horror*. Alemania: Prana Film

Gordon, Robert; De Simone, Esa (productore) y Cavani, Liliana (directora). (1974). *El portero de noche*. Italia: Ital-Noleggio Cinematografico

Pommer, Erich; Meinert, Rudolf (productores) y Wiene, Robert (director). (1920). *El Gabinete del Dr. Caligari*. Alemania: Decla-Bioscop

Erick Alfonso García Aranguren: Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Bicentenario de Aragua (UBA) y Magister Scientiarum en Comunicación Social del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela (UCV). Profesor, Investigador y miembro del Comité Académico de la Especialización en Educación para el Uso Creativo de la Televisión del ININCO-UCV e investigador del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), capítulo Venezuela.